

Koronavirusuutisoinnin vaikutukset suomalaisten tunteisiin ja käyttäytymiseen

*NayaDaya Oy ja Mediatalo Keskisuomalainen
kokoavat epidemiaa koskevaa tunnedataa –
uutta, analysoitua tietoa tarjolla joka viikko
osoitteessa www.nayadaya.com/korona.*

30.3.2020

**Ilmiö:
korona-
epidemia**



Positiiviset
tunteet

**Kansalaisten tunteilla
huomattavia yksilöllisiä ja
yhteiskunnallisia vaikutuksia**

Negatiiviset
tunteet

Lamaantuva
tai vastustava
käyttäytyminen

Positiivinen,
osallistuva
käyttäytyminen

Epidemiasta selviytyminen ja positiiviset
yhteiskunnalliset vaikutukset

Epidemian aiheuttamat inhimilliset
ja taloudelliset menetykset



Miten koronaviruspandemia, media ja suomalaisten tunteet liittyvät toisiinsa?

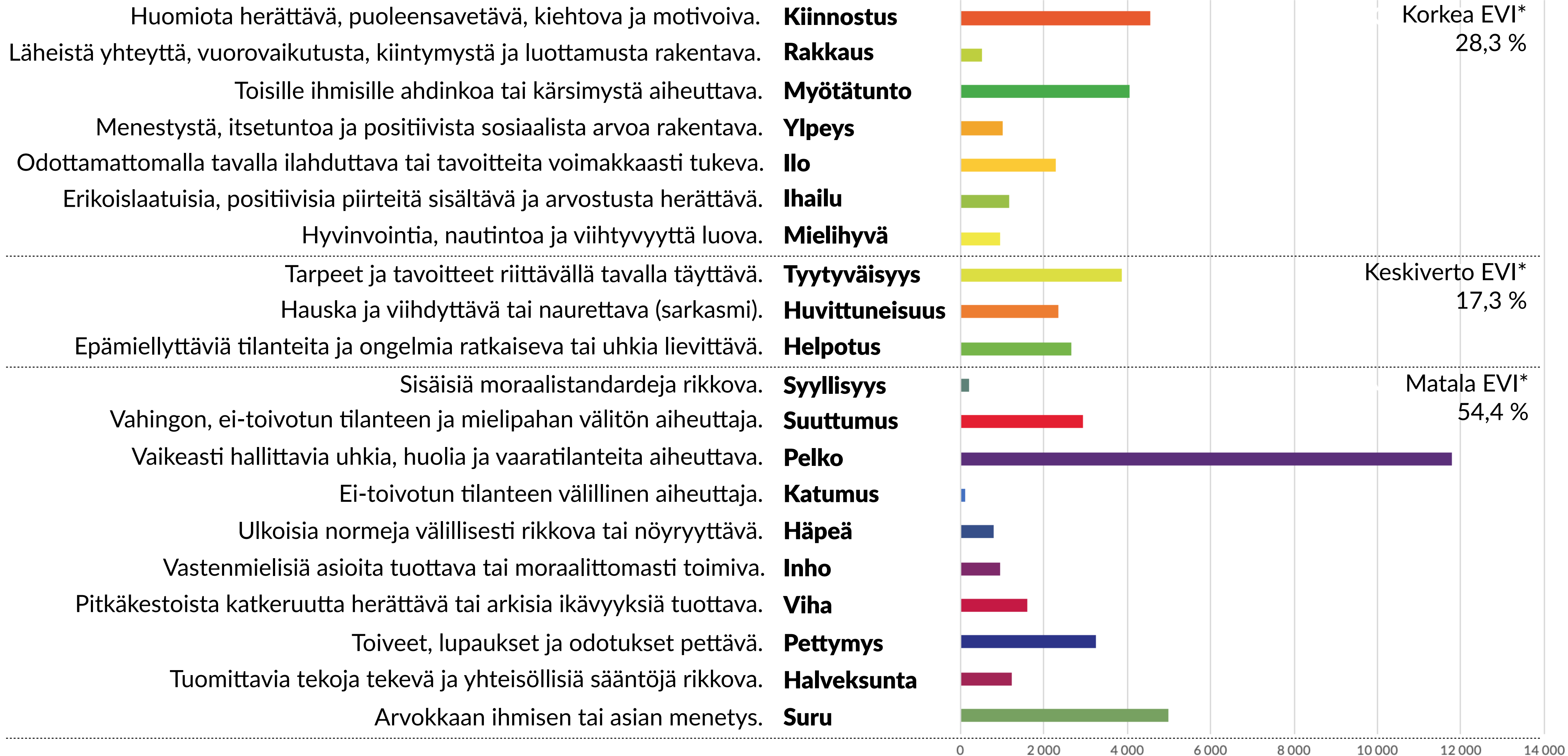
- Pandemia on tuonut alkujaan etäisen ilmiön suomalaisten keskele: merkitykset ovat vahvistuneet päivä päivältä.
- Media arvioi maailman tapahtumia; merkitysten voimistuessa uutisointi lisääntyy.
- Kansalaiset arvioivat tapahtumia hallituksen ja viranomaisten antamien tietojen ja ohjeiden, median luoman kuvan sekä some-keskustelujen perusteella.
- Median välittämät ja ihmisten kokemat merkitykset muuttuvat tunteiksi ja vaikuttavat voimakkaasti käyttäytymiseen.

Tuhansia näkökulmia korona-epidemiaan ja tunteisiin

- Mediatalo Keski-suomalaisen 22 kaupunki- ja maakuntamedian koronauutisoinnista kerättävä tunnedata tuo näkyväksi epidemian vaikutuksia suomalaisten tunteisiin ja käyttäytymiseen.
- Koronavirusepidemiaan liittyviä uutisia on julkaistu viikoilla 8-13 yli 4 000.
- Tunteiden mittaamisessa ja tunnedatan analysoinnissa hyödynnetään tieteelliseen tunneteorian, tutkimukseen ja algoritmiin perustuvaa digitaalista tunne- ja käyttäytymisälyä (the NayaDaya® Digital Emotional and Behavioral Intelligence).

Kansalaisten kokemat merkitykset ja tunteet korona- virusepidemiaan liittyvissä uutisissa^[1] viikoilla 8-13

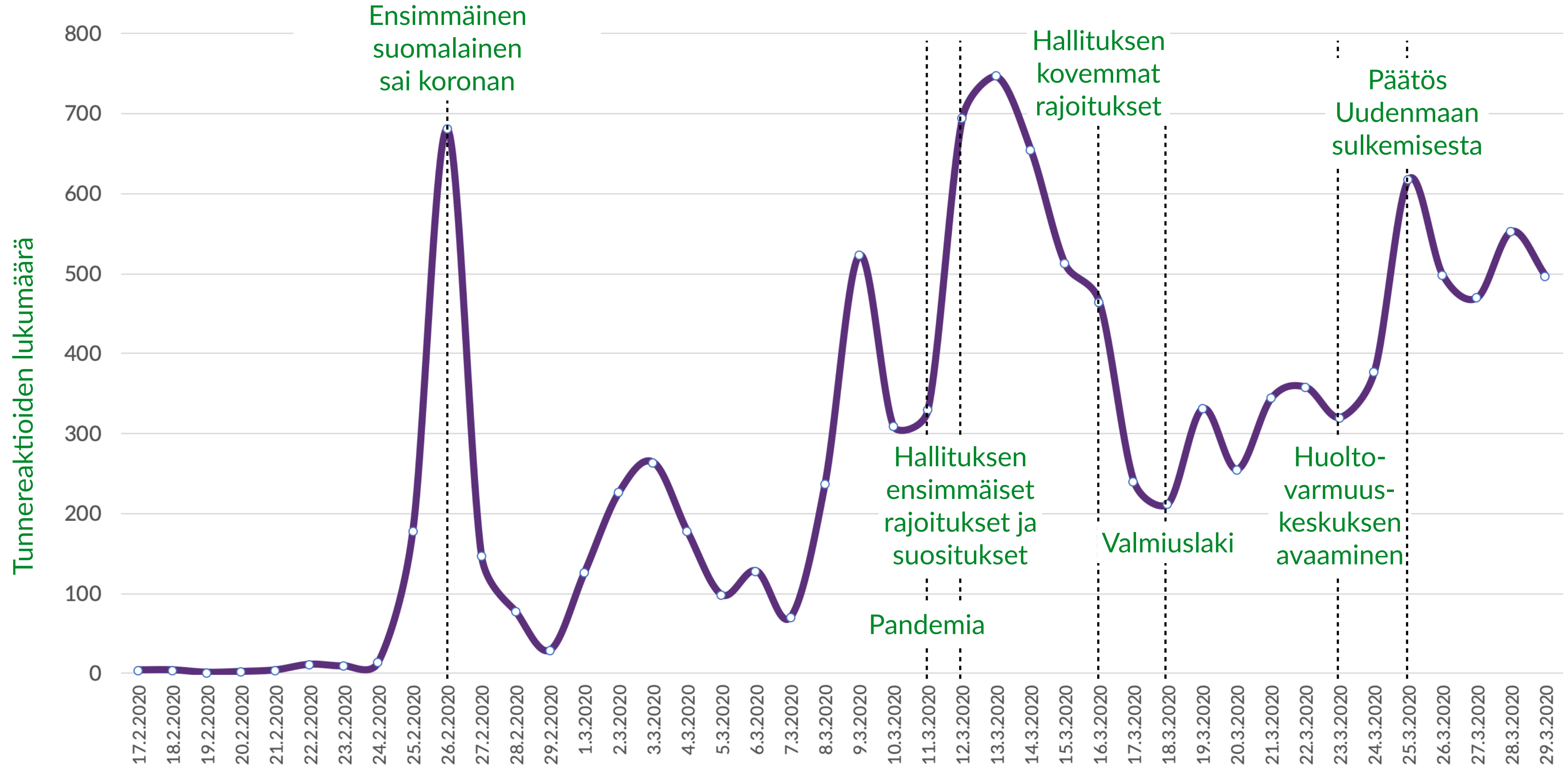
Koronaepidemiaan liittyvien tapahtumien merkitykset Tunteet Tunnereaktioiden lukumäärä



[1] Mediatulo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä. [2] Emotional Value Index (EVI) ennakoii positiivista, sitoutuvaa ja yhteisöllistä käyttäytymistä.

Pelon tunteet koronavirus- epidemiaan liittyvissä uutisissa^[1]

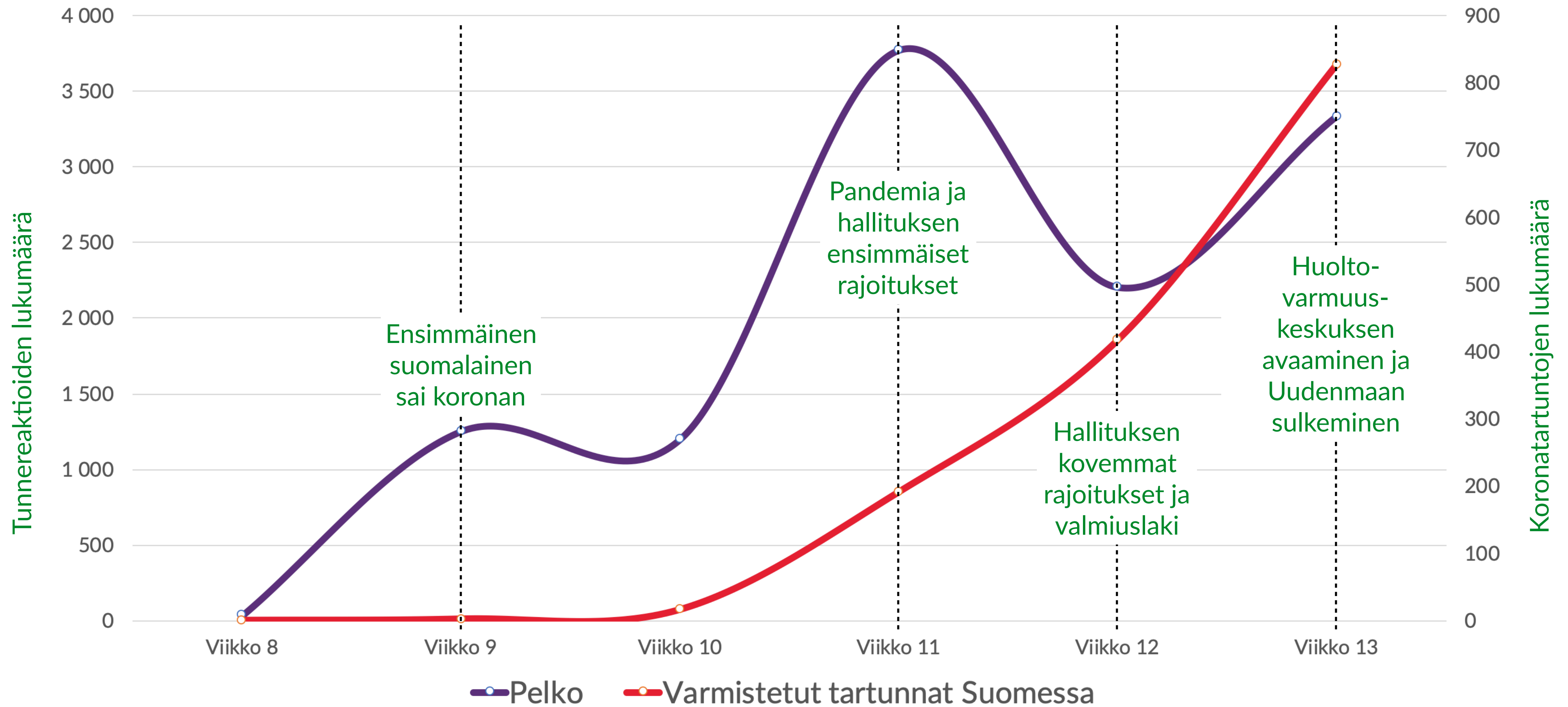
Viikot 8-13



[1] Mediatulo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä.

Tartuntojen määrät Suomessa ja pelon tunteet koronavirusedemiaan liittyvissä uutisissa^[1]

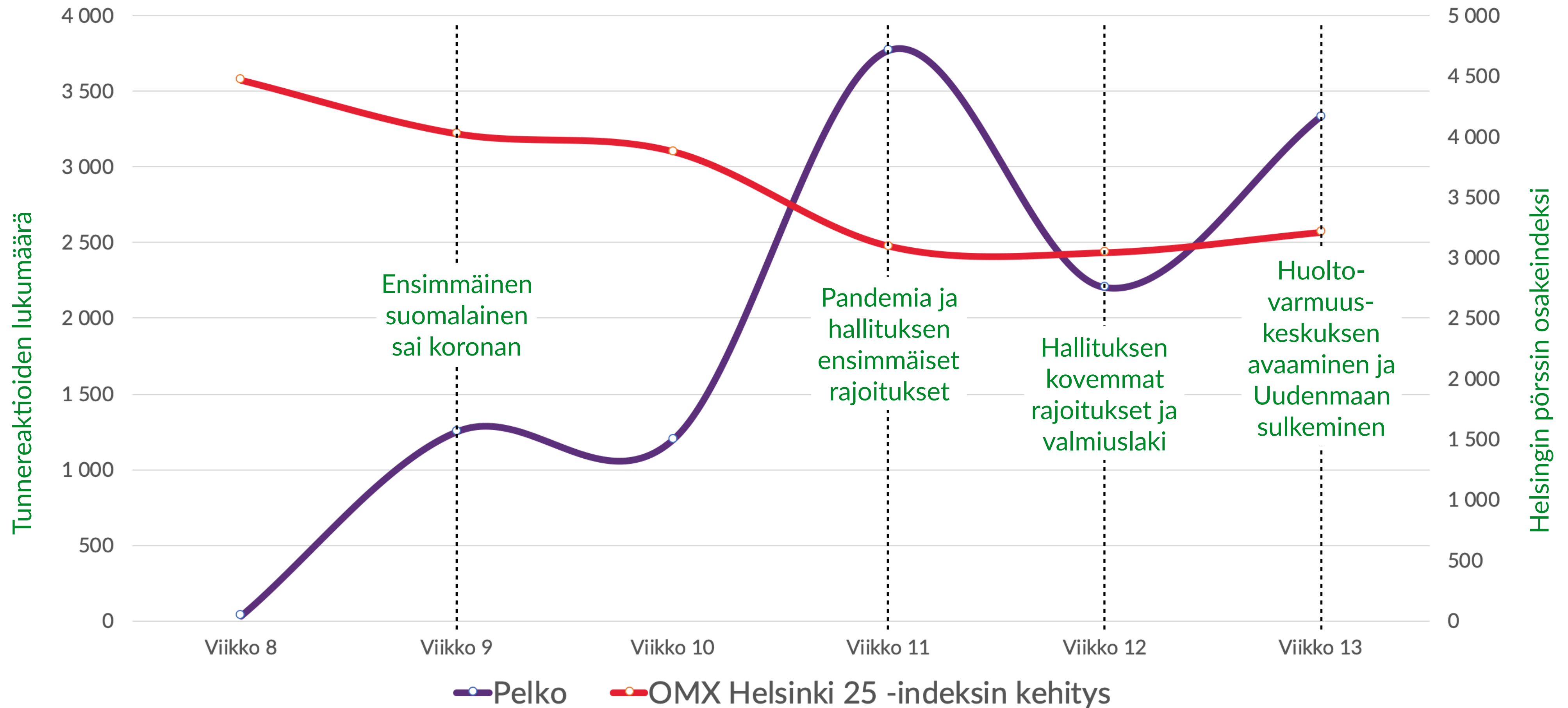
Viikot 8-13



[1] Mediatulo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä.

Pörssikurssit ja pelon tunteet korona- virusepidemiaan liittyvissä uutisissa^[1]

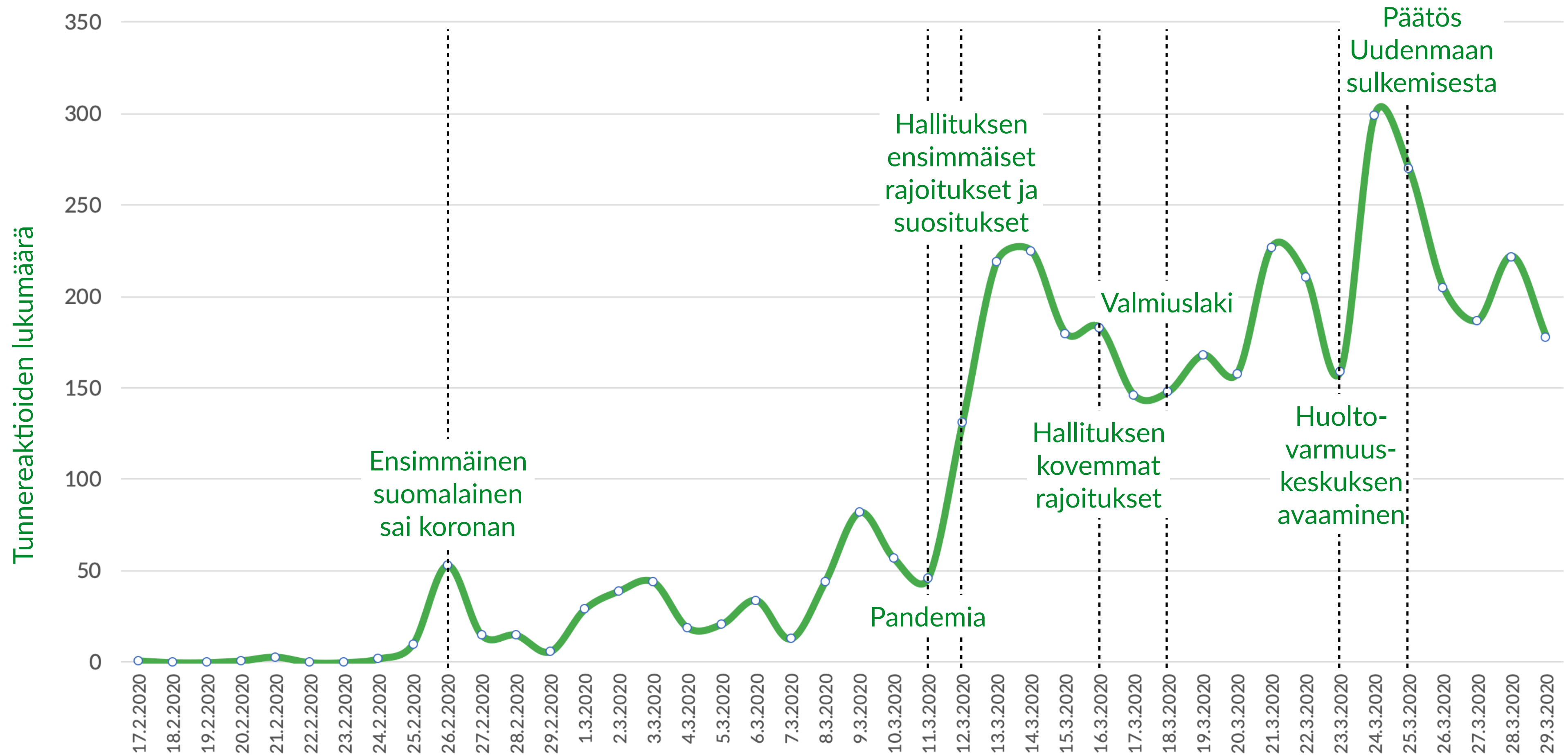
Viikot 8-13



[1] Mediatalo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä.

Myötätunto koronavirus- epidemiaan liittyvissä uutisissa^[1]

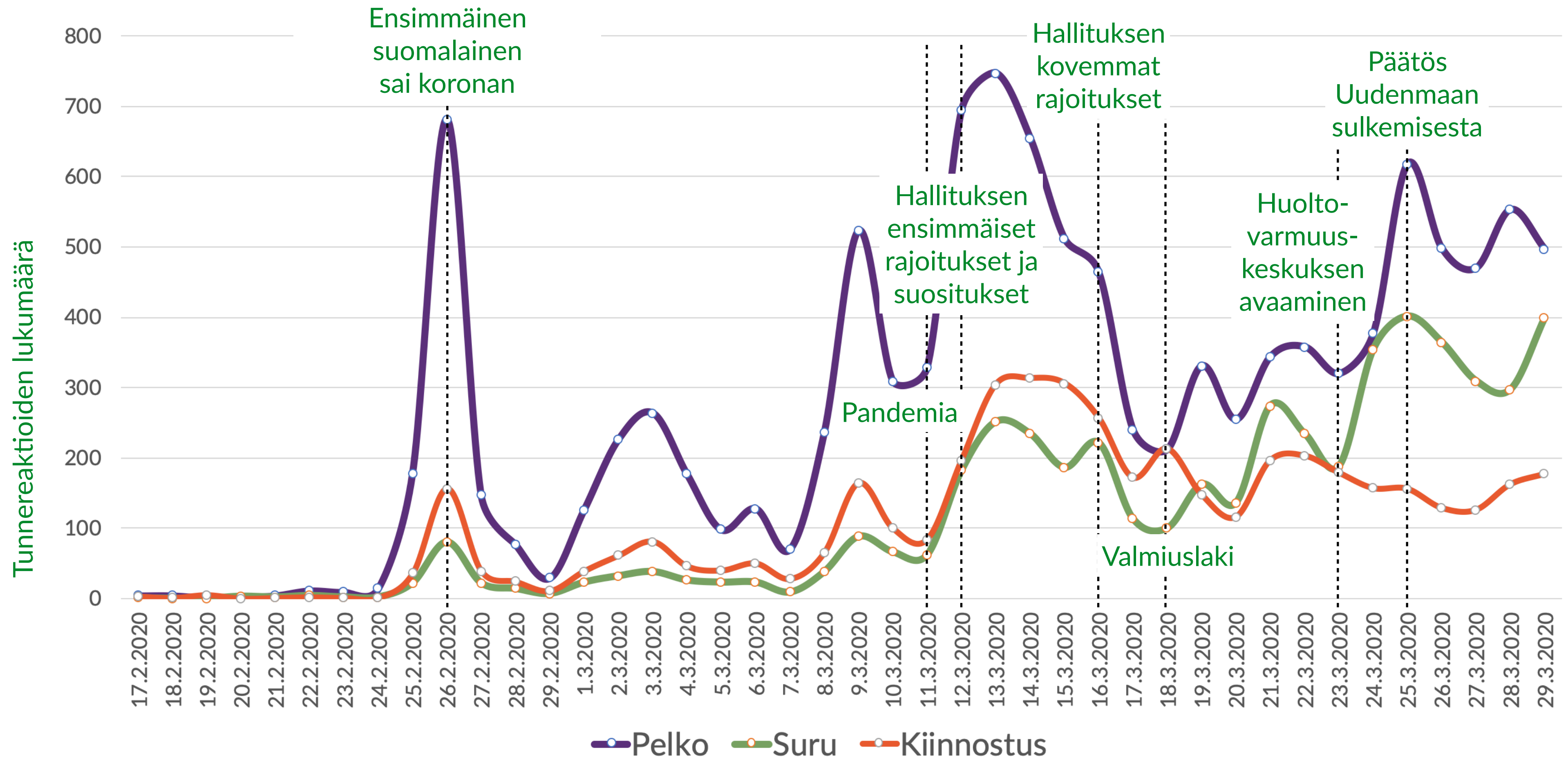
Viikot 8-13



[1] Mediatalo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä.

Kolme yleisintä tunnetta koronavirusepidemiaan liittyvissä uutisissa^[1]

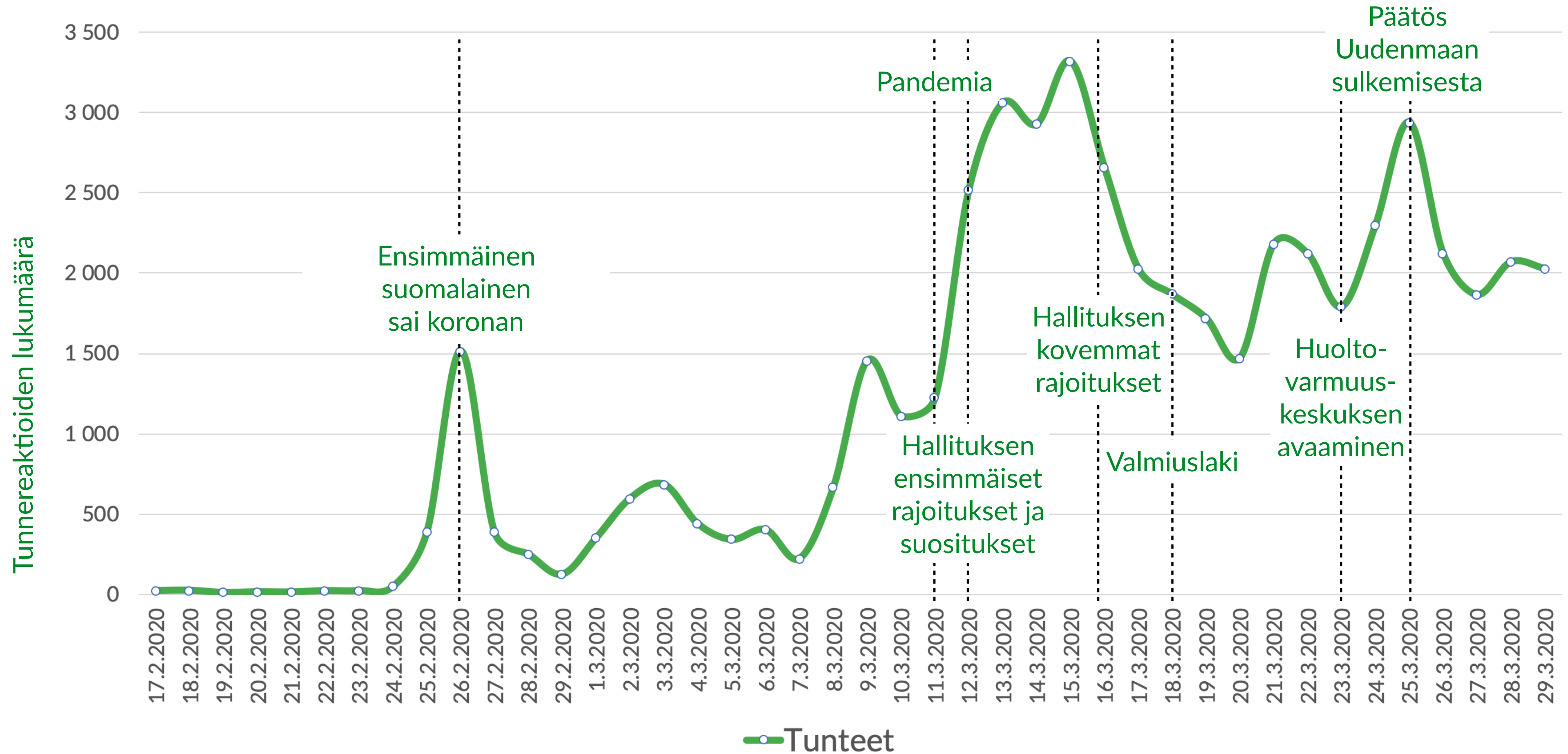
Viikot 8-13



[1] Mediatalo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä.

Tunteiden määrä koronavirusepidemiaan liittyvissä uutisissa^[1]

Viikot 8-13

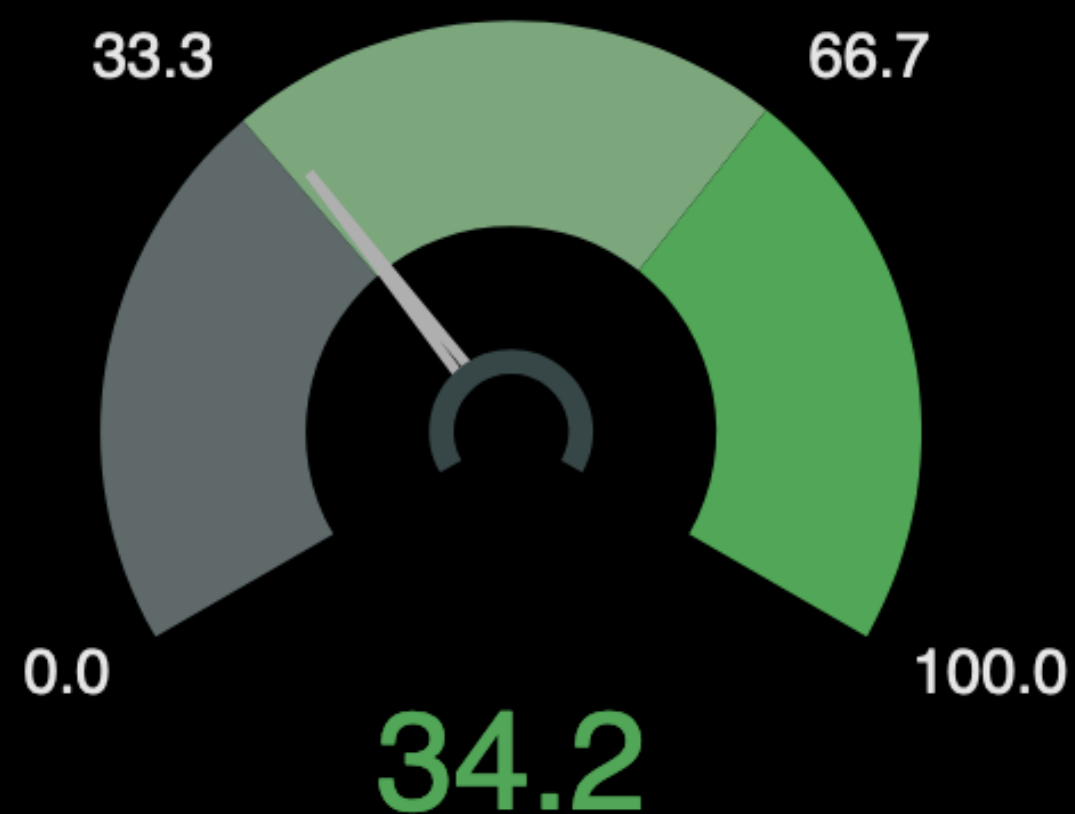
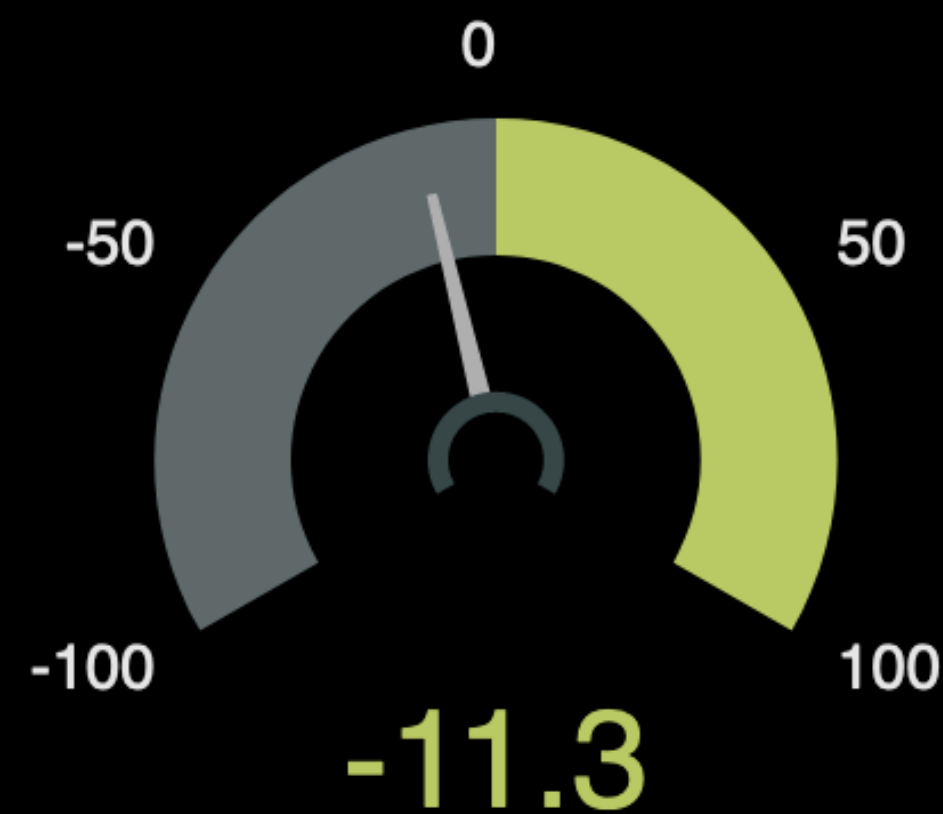


[1] Mediatalo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä.

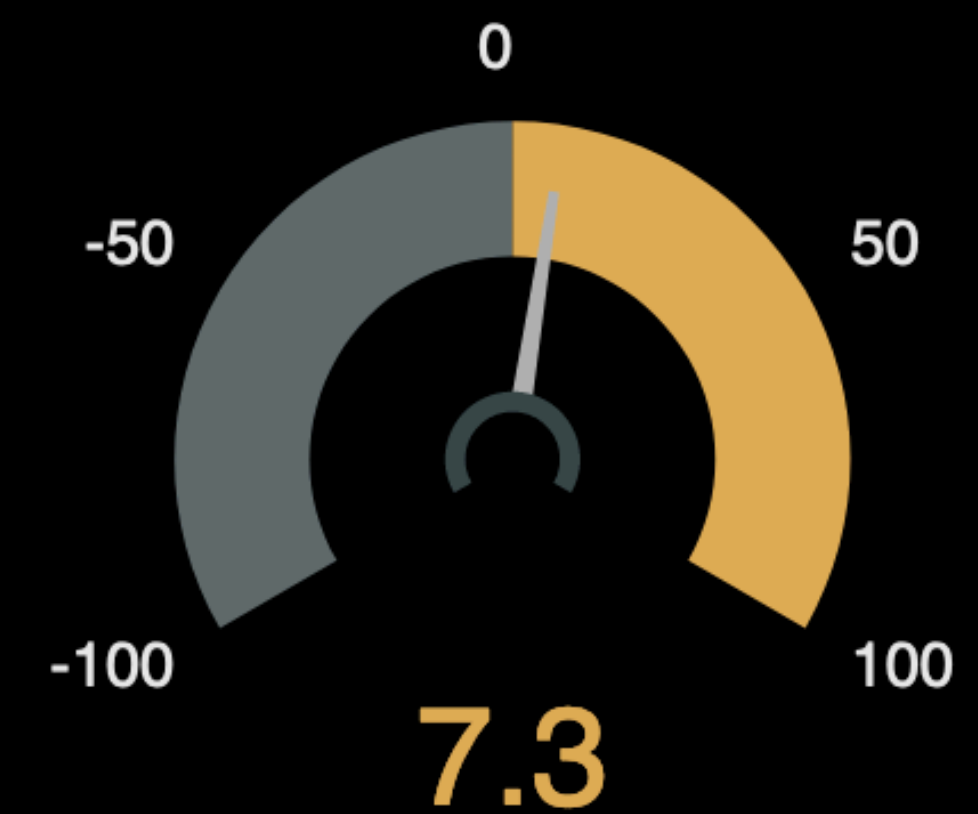
Tieteellinen algoritmi^[1] ennakoi kansalaisten käyttäytymistä koronavirusepidemian aikana

Käyttäytymisen ennuste
Emotional Value Index*

Negatiivisuus tai positiivisuus

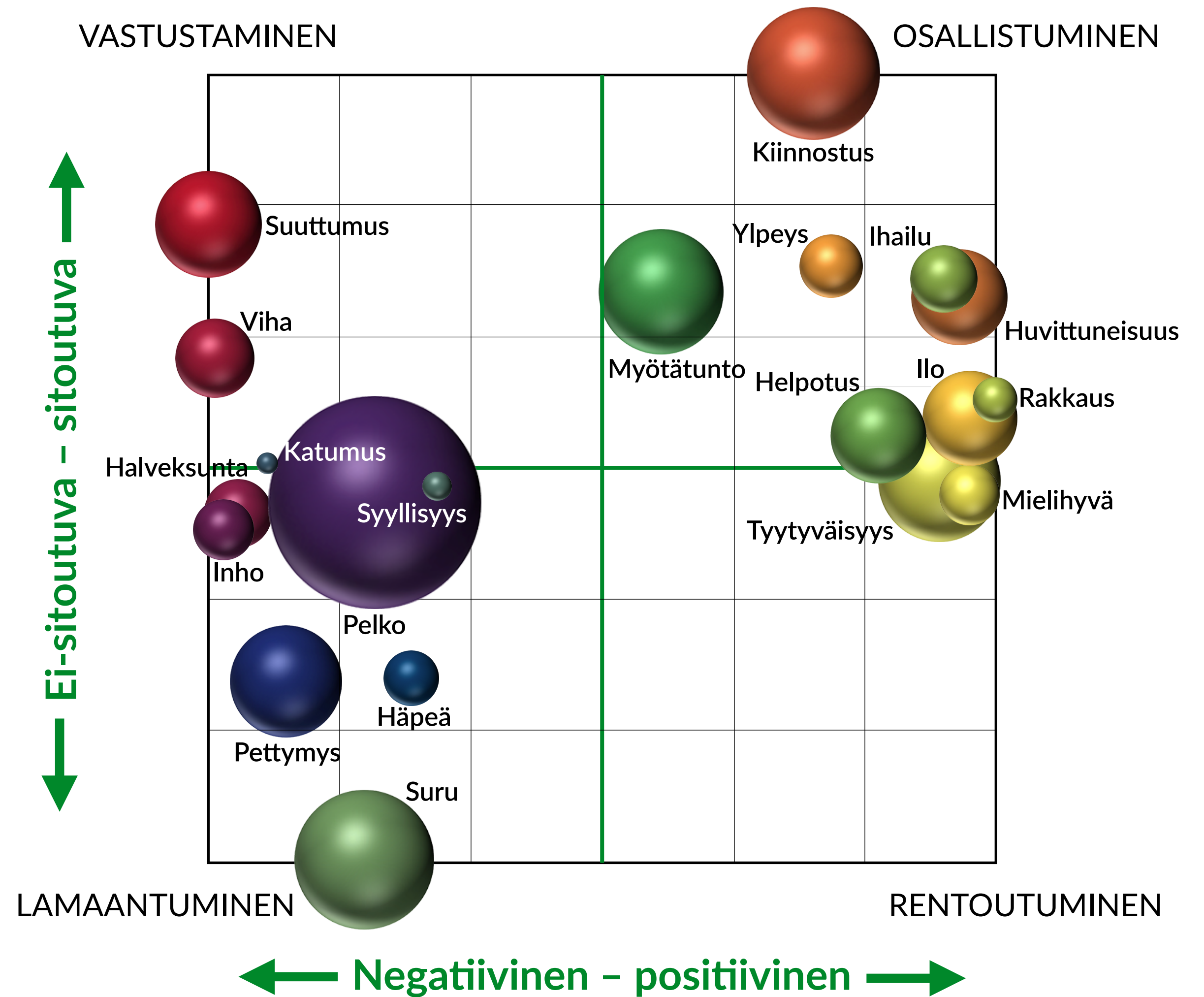


Sitouttavuus



[1] Emotional Value Index (EVI) ennakoi positiivista, sitoutuvaa ja yhteisöllistä käyttäytymistä asteikolla 0-100.

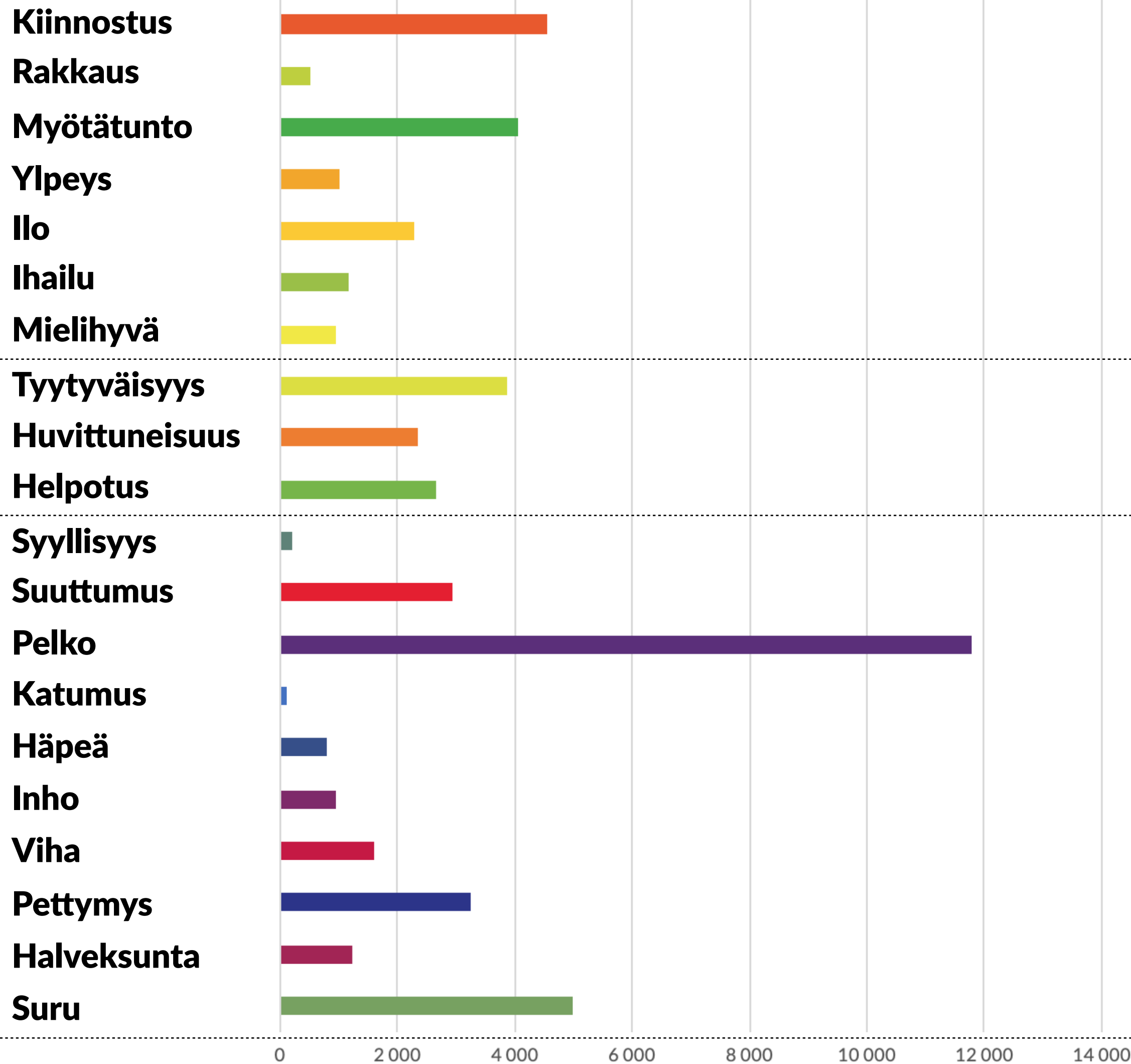
Koronaepidemiaan
liittyvien uutisten^[1]
aiheuttamat kumu-
latiiviset tunteet ja
tunteiden vaikutus
kansalaisten
käyttäytymiseen
viikoilla 8-13



[1] Mediatulo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä.

Koronavirusuutisten^[1] aiheuttamien tunteiden* seurauksia

Tunteet viikoilla 8-12



Korkea EVI^[2]
28,3 %

Keskiverto EVI^[2]
17,3 %

Matala EVI^[2]
54,4 %

Seuraukset

Osallistuminen ja sitoutuminen
Motivaatio ja vastuun kantaminen
Yhteisöllisyys ja toisten auttaminen
Yritteliäisyys ja taloudellinen toipuminen

Rentoutuminen
Huojenus
Lepo ja palautuminen

Vastustus ja aggressio
Lamaantuminen
Itsekkyys ja oman edun ajaminen
Vastuun välttäminen
Pahoinvointi
Taloudellinen ahdinko

[1] Mediatulo Keski-suomalaisen kaupunki- ja maakuntalehdissä. [2] Emotional Value Index (EVI) ennakoi positiivista, sitoutuvaa ja yhteisöllistä käyttäytymistä.

Julkista, maksutonta dataa

Uutta tietoa koronaepidemian vaikutuksista kansalaisten tunteisiin ja käyttäytymiseen julkaistaan viikoittain osoitteessa www.nayadaya.com/korona

Palvelua kriisin osapuolille

Syventävää mittausta, analysointia ja ymmärrystä valtiovallan, viranomaisten, julkisten organisaatioiden, järjestöjen, koulujen, yritysten ja median tarpeisiin

Julkisen, maksuttoman Big Datan rikastamista kaikkien osapuolten ja koko yhteiskunnan hyödyksi

Uniikkia dataa ja ymmärrystä koronaepidemian vaikutuksista tunteisiin ja käyttäytymiseen

Lisätiedot:

Timo Järvinen, CEO, NayaDaya Oy
+358 40 505 7745, timo@nayadaya.com